

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: A. Meyer

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Erscheint wöchentlich - Basel, den 2. August 1952 - 52. Jahrgang - Nr. 31

Verbandsvereine und Kreisverbände in der Statistik

Die Wirtschaftsabteilung des V.S.K. hat, wie sie das seit drei Jahren regelmässig tut, die Entwicklung unserer Bewegung zahlenmässig verarbeitet: Zahl der Mitglieder, absolut und im Verhältnis zur Einwohnerzahl, Umsätze absolut, pro Mitglied und pro Einwohner, zusammengestellt nach Kreisverbänden und im Vergleich zu den Vorjahren mit der Angabe über absolute und prozentuale Erhöhung oder Verminderung. Wir geben diese Zusammenstellungen mit einigen Erläuterungen wieder.

Aus *Tabelle 1* ist ersichtlich, dass seit 1949 von Jahr zu Jahr nicht nur allgemein eine Umsatzvermehrung eingetreten ist, sondern auch in den einzelnen Kreisverbänden mit Ausnahme allerdings des Kreisverbandes II für 1949/50 (der sehr leichte Rückgang [—0,4%] ist hier auf besondere Umstände in einer regionalen Konsumgenossenschaft zurückzuführen und ist seither bereits mehr als ausgeglichen), des Kreisverbandes VIII ebenfalls für 1949/50 (auch dieser Rückgang [—0,5%] wurde 1951 aufgeholt), sowie des Kreisverbandes IXb für 1949/50 (—0,5%). Insgesamt beträgt die Umsatzzunahme 1949/50 31,5 Millionen (4,5%), 1950/51 nahezu 36 Millionen (4,9%). Die Zahlen zeigen eine anhaltende und im letzten Jahr noch leicht ansteigende Vermehrung.

Nach Kreisverbänden betrachtet hatten die stärksten Umsatzzunahmen der Kreisverband I für 1949/50 (7,9%), der Kreisverband VII für 1949/50 (7,4%), derselbe Kreisverband für 1950/51 (6,6%), der Kreisverband V für 1950/51 (5,9%) und der Kreisverband VI für 1950/51 (5,5%). Die übrigen Kreisverbände haben, abgesehen von den bereits erwähnten leichten Rückgängen (1949/50 in den Kreisverbänden II, VIII und IX b), Umsatzvermehrungen unter 5%. Für 1950/51 verzeichnen alle Kreisverbände Zunahmen, die stärkste der Kreisverband V (+5,9%), die schwächste IX b (+0,5%). Absolut zeigt der Kreisverband VII mit 9,5 Millionen die stärkste Zunahme; er übertrifft darin seit zwei Jahren den Kreisverband IV (8,4 Millionen).

Die Gesamtzunahme der Umsätze in den letzten drei Jahren (1949–1951) beträgt 67 Millionen oder, von 1949 aus gerechnet, 9,6%.

Die *Tabelle 2* zeigt durchgehend eine Vermehrung der Mitglieder mit Ausnahme des Kreisverbandes VIII, der für 1949/50 einen Verlust von 351 (1%) und für 1950/51 noch einmal einen Verlust von 441 Mitgliedern (1,3%) aufweist. In allen andern Kreisverbänden ist der Mitgliederzuwachs deutlich und die Mitgliederzahl hat in den

1. Umsätze der Verbandsvereine nach Kreisverbänden, 1949/50/51

Kreisverband	1949	1950	1951 [1]	Veränderung 1949/50		Veränderung 1950/51	
	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	%	Fr.	%
I	88 775 571	95 750 787	100 282 289	+ 6 975 216	+7,9	+ 4 531 502	+4,7
II	52 991 555	52 787 744	55 017 979	− 203 811	−0,4	+ 2 230 235	+4,2
IIIa	84 666 363	88 007 052	92 235 630	+ 3 340 689	+3,9	+ 4 228 578	+4,8
IIIb	6 068 815	6 300 174	6 584 952	+ 231 359	+3,8	+ 284 778	+4,5
IV	172 082 693	180 519 184	188 955 922	+ 8 436 491	+4,9	+ 8 436 738	+4,7
V	42 240 109	43 543 012	46 113 758	+ 1 302 903	+3,1	+ 2 570 746	+5,9
VI	25 340 869	26 254 160	27 690 136	+ 913 291	+3,6	+ 1 435 976	+5,5
VII	133 384 920	143 202 904	152 713 677	+ 9 817 984	+7,4	+ 9 510 773	+6,6
VIII	31 012 249	30 856 699	32 151 042	− 155 550	−0,5	+ 1 294 343	+4,2
IXa	19 339 929	19 482 570	19 973 858	+ 142 641	+0,7	+ 491 288	+2,5
IXb	16 663 792	16 585 197	16 659 979	− 78 595	−0,5	+ 74 782	+0,5
X	24 050 104	24 903 267	25 592 917	+ 853 163	+3,5	+ 689 650	+2,8
Total	696 616 969	728 192 750	763 972 139	+31 575 781	+4,5	+35 779 389	+4,9

[1] Provisorische Zahlen.

2. Mitglieder der Verbandsvereine 1949/51, nach Kreisverbänden

Kreisverband	Zahl der Mitglieder			Veränderung 1949/50		Veränderung 1950/51	
	1949	1950	1951 [1]	absolut	in %	absolut	in %
I . . .	74 281	76 452	79 584	+ 2 717	+2,9	+ 3 132	+4,1
II . . .	36 173	37 125	39 077	+ 952	+2,6	+ 1 952	+5,3
IIIa . .	77 600	80 327	83 159	+ 2 727	+3,5	+ 2 832	+3,5
IIIb . .	3 719	3 880	4 081	+ 161	+4,3	+ 201	+5,2
IV . . .	114 733	118 006	121 259	+ 3 273	+2,9	+ 3 253	+2,8
V . . .	35 425	35 892	36 659	+ 467	+1,3	+ 767	+2,1
VI . . .	22 807	23 811	24 482	+ 1 004	+4,4	+ 671	+2,8
VII . .	89 964	92 608	95 727	+ 2 644	+2,9	+ 3 119	+3,4
VIII . .	34 819	34 368	34 027	— 351	—1,0	— 441	—1,3
IXa . .	16 404	16 634	16 842	+ 230	+1,4	+ 208	+1,3
IXb . .	11 383	11 591	11 783	+ 208	+1,8	+ 192	+1,7
X . . .	17 302	17 499	17 716	+ 197	+1,1	+ 217	+1,2
Total .	534 610	548 293	564 396	+13 683	+2,6	+16 103	+2,9

[1] Provisorische Zahlen.

3. Mitglieder der Verbandsvereine auf 1000 Einwohner nach Kreisverbänden

Kreisverband	Mitglieder auf 1000 Einwohner			
	1938	1949	1950	1951 [1]
I . . .	79	101	95	98
II . . .	138	164	156	165
IIIa . .	101	116	109	113
IIIb . .	60	83	81	85
IV . . .	245	274	249	256
V . . .	105	131	119	122
VI . . .	61	64	61	63
VII . .	85	124	111	115
VIII . .	75	85	79	78
IXa . .	118	134	118	120
IXb . .	79	93	89	90
X . . .	89	103	96	98
Durchschnitt	104	125	116	120

[1] Provisorische Zahlen.

letzten drei Jahren insgesamt von 534 000 auf 564 000, also um ungefähr 30 000 oder 5,5% zugenommen; von dieser Zunahme entfallen 13 683 oder 2,6% auf 1949/50 und 16 103 oder 2,9% auf 1950/51: absolut und verhältnismässig ist demnach die Zunahme für 1950/51 stärker. Den grössten Mitgliederzuwachs zeigten im vergangenen Jahr die Kreisverbände II (5,3%) und IIIb (5,2%).

Die Angaben in der *Tabelle 3* sind in gewissem Sinne etwas täuschend, da den beiden letzten Kolonnen die Ergebnisse der Volkszählung von 1950 zugrunde liegen, während die Zahlen von 1938 auf den Angaben der Volkszählung von 1930 und die Zahlen von 1949 auf den Angaben der Volkszählung von 1941 beruhen, auf Daten also, die mehrere Jahre zurücklagen und schon darum nicht mehr der tatsächlichen Bevölkerungszahl entsprachen. Deshalb zeigt der Vergleich 1949/50 durchwegs einen Rückgang, womit der Durchschnitt, der in den elf Jahren von 1938–1949 von 104 scheinbar auf 125 Mitglieder angestiegen war, in diesem einen Jahr wieder von 125 auf 116, also um rund 9% zurückging. Im Gegensatz dazu stiegen die Zahlen für die auf der gleichen Bevölkerungszahl berechneten Jahre 1950/51 wiederum durchwegs an, immer noch mit Ausnahme des Kreisverbandes VIII, der noch einmal den Verlust eines Mitgliedes auf 1000 Einwohner verzeichnet. Die Zahlen für 1951 bleiben noch unter denen von 1949 mit Ausnahme des Kreisverbandes II mit einer Zunahme von einem und des Kreisverbandes IIIb mit einer Zunahme von zwei Mitgliedern auf 1000 Einwohner. Der Durchschnitt, der 1949/50 von 125 auf 116 gefallen ist, zeigt ein neuerliches Ansteigen auf 120 für das Jahr 1951. Bezogen auf das Jahr 1938 ist der Zuwachs allgemein, wenn auch hier noch einmal sehr schwach im Kreisverband VIII. Diese Zahlen, jeweils auf den Ergebnissen der Volkszählung von 1950 und damit auf einer hinter der Wirklichkeit mehr und mehr zurückbleibenden Bevölkerungszahl berechnet, werden nun wieder in einem zu starken Masse ansteigen, um dann 1960, nach der nächsten Volkszählung, wieder eine ähnliche Korrektur zu erhalten.

Die aus *Tabelle 4* ersichtliche durchgehende Zunahme der Umsätze pro Mitglied ist als Folge vor allem der Teuerung der Lebenskosten nicht erstaunlich. Es gibt indessen auch hier einen Rückgang im Kreisverband II – wieder zurückzuführen auf die besonderen Verhältnisse einer Regionalgenossenschaft – und im Kreisverband IIIb (Oberwallis), wo ebenfalls der Umsatz pro Mitglied seit zwei Jahren im Rückgang ist. Innerhalb der normalen Entwicklung hat nur der Kreisverband VIII bisher den

4. Durchschnittlicher Umsatz pro Mitglied und pro Einwohner in Franken und nach Kreisverbänden

Kreisverband	Umsatz pro Mitglied				Umsatz pro Einwohner des Wirtschaftsgebietes der Kreisverbände			
	1938	1949	1950	1951 [1]	1938	1949	1950	1951 [1]
I	624	1 195	1 252	1 260	49	121	118	124
II	836	1 465	1 422	1 408	115	240	222	232
IIIa . .	594	1 091	1 096	1 109	60	127	120	125
IIIb . .	1 025	1 632	1 624	1 614	62	136	132	138
IV . . .	819	1 500	1 530	1 558	200	410	380	398
V	656	1 192	1 213	1 258	69	156	145	153
VI . . .	649	1 111	1 103	1 131	39	71	67	71
VII . . .	946	1 483	1 546	1 595	80	183	172	183
VIII . .	499	891	895	945	38	76	71	74
IXa . . .	677	1 179	1 171	1 186	80	158	139	142
IXb . .	912	1 464	1 431	1 414	72	137	127	128
X . . .	702	1 390	1 423	1 445	63	143	137	141
Durchschnitt	729	1 303	1 328	1 378	76	163	154	162

[1] Provisorische Zahlen.

durchschnittlichen Umsatz von 1000 Franken pro Mitglied nicht erreicht. Trotz seinem Rückgang steht der Kreisverband IIIb mit einem Umsatz von 1614 Franken pro Mitglied noch an der Spitze, seit 1950 dicht gefolgt vom Kreisverband VII, der gegenwärtig mit einem Umsatz von 1595 Franken pro Mitglied auch hier den Kreisverband IV (Basel und Solothurn) mit seinen 1558 Franken pro Mitglied und Jahr auf den dritten Platz verweist. In allen andern Kreisverbänden bleibt der Umsatz pro Mitglied unter 1500 Franken, wobei er im Durchschnitt seit 1938 von 729 Franken auf 1358 Franken im Jahre 1951 gestiegen, sich also nahezu verdoppelt hat. Die in der letzten Ausgabe des «Genossenschaftlichen Jahrbuches» auf die Lebenskosten von 1914 zurückgerechneten Angaben zeigen indessen, dass diese Zunahme nur scheinbar ist, denn der Verbrauch hat während des Krieges mengenmässig stark abgenommen und hat gerade erst – auf die Preise von 1914 umgerechnet – den Stand von rund 600 Franken pro Mitglied und Jahr erreicht, wie er schon gegen 1931 in der schärfsten Krise und bei dem seit 1914 tiefsten Preisstand erreicht worden war.

Die gleichen Bemerkungen treffen auch für den zweiten Teil der Tabelle 4 zu, welche den Umsatz pro Einwohner des Wirtschaftsgebietes angibt. Es sei daraus nur hervorgehoben, dass im Gesamten die Zahl von 1951 (162 Franken pro Einwohner) die letztmals auf den Angaben der alten Volkszählung beruhenden Zahlen von 1949 (163 Franken pro Einwohner) nicht ganz erreicht. Dagegen hat sich der Umsatz pro Einwohner seit 1938 wertmässig mehr als verdoppelt.

Den in unsern vier Tabellen gegebenen Zahlen können wir noch beifügen, dass nach den Ergebnissen der letzten Volkszählung eine Zusammenstellung der Kreisverbände nach der Einwohnerzahl des Wirtschaftsgebietes vom Kreisverband VII (Zürich und Schaffhausen) mit einer Zahl von 834 000 Einwohnern angeführt wird. Es folgen der Kreisverband I mit 808 000 und der Kreisverband IIIa mit 734 000. Mit grösserem Abstand folgen die Kreisverbände IV (474 000), VIII (434 000), VI (389 000), V (300 000), II (237 000), X (181 000) IXa (140 000) IXb (130 000) und IIIb (47 000).

Wie weit die in diesen Zahlen genannte Bevölkerung von den Konsumgenossenschaften erfasst wird, ist von einer Landesgegend zur andern sehr unterschiedlich.

Nach den Umsätzen (Tabelle 1) steht der Kreisverband IV mit nahezu 190 Millionen Franken an erster Stelle, gefolgt von den Kreisverbänden VII mit über 150 Millionen, I mit 100 Millionen und IIIa im vierten Rang mit 92 Millionen.

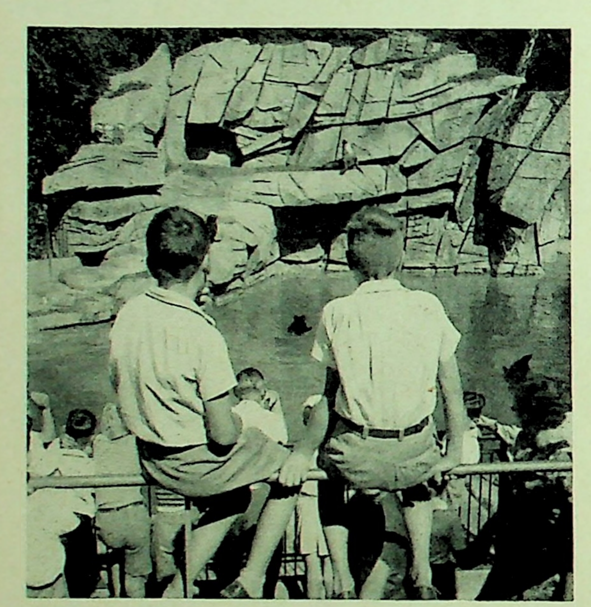
In der Zusammenstellung der Mitgliederzahlen pro 1000 Einwohner des Wirtschaftsgebietes führt ebenfalls der Kreisverband IV mit 256, gefolgt vom Kreisverband II mit 165, V mit 122, IXa mit 120, VII mit 115, I und X mit je 98, IXb mit 90, IIIb mit 85, VIII mit 78 und VI mit 63.

Die «Rangliste» der Umsätze pro Mitglied sieht an erster Stelle den Kreisverband IIIb mit 1614 Franken, an zweiter Stelle den Kreisverband VII mit 1595 Franken, dann IV mit 1558 Franken, X mit 1445 Franken, IXb mit 1414 Franken, II mit 1408 Franken, I mit 1260 Franken, V mit 1258 Franken, IXa mit 1186 Franken, VI mit 1131 Franken, IIIa mit 1109 Franken und VIII mit 945 Franken.

Die Reihenfolge nach der Höhe der Umsätze pro Einwohner des Wirtschaftsgebietes sieht dagegen wieder den Kreisverband IV an erster Stelle mit 398 Franken, gefolgt von II mit 232 Franken, VII mit 183 Franken, V mit 153 Franken, IXa mit 142 Franken, X mit 141 Franken, IIIb mit 138 Franken, IXb mit 128 Franken, IIIa mit 125 Franken, I mit 124 Franken, VIII mit 74 Franken, VI mit 71 Franken.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass unsere Bewegung ein gutes Jahr hinter sich hat: Der Zuwachs der Mitglieder ist für 1950/51 grösser als für 1949/50 mit Ausnahme des Kreisverbandes IIIa, in dem sie mit 3,5% gleich geblieben ist, und des Kreisverbandes VIII, wo sich der Abgang von 1,0% auf 1,3% erhöht hat. Der Zuwachs der Mitgliederzahl auf 1000 Einwohner des Wirtschaftsgebietes ist mit 3,4% ebenfalls befriedigend, obwohl aus den schon erwähnten Gründen die Zahlen von 1949 noch nicht wieder erreicht sind; der durchschnittliche Umsatz pro Mitglied hat neuerdings im Gesamten um 3,7% zugenommen (trotz den Rückgängen in den Kreisverbänden II, IIIb und IXb), und der durchschnittliche Umsatz pro Einwohner zeigt im Gesamten eine Zunahme von 5,2%. Die gesamte Umsatzvermehrung der Kreisverbände beträgt 4,9% und ist damit um 0,4% grösser als im Vorjahr. Sie erreicht aber nicht die von den Vereinen der ARBUKO ausgewiesene Zunahme, die 6,7% beträgt: ein Hinweis mehr, dass die ARBUKO mit ihren Betriebsvergleichen wertvolle Arbeit leistet, da die in ihr mitarbeitenden Verbandsvereine offensichtlich bessere Resultate erreichen als die übrigen. A. D.





16000 Kinder

haben von der Einladung des Allgemeinen Consumvereins beider Basel (ACV) zu einem Gratisbesuch des Zoologischen Gartens in diesem Jahr Gebrauch gemacht. Zwar wird der Internationale Genossenschaftstag – der ursprünglich den Anlass zur Einladung bot – jetzt erst im September gefeiert; aber zu diesem Zeitpunkt haben die Schulkinder nicht Ferien. Darum – und weil die Basler ohnehin voran sind – feierte der ACV zum voraus in der ersten Sommerferienwoche mit den Kindern diesen Tag auf ihre Weise:

Während fünf Tagen, jeweils nachmittags, erfreute uns der Besuch von Tausenden von Kindern – vor allen Gehegen staute sich die frohe Schar.

Für viele Kinder war es ein schönes Erlebnis, gratis in den Zolli gehen zu dürfen und zudem ein gutes Zvieripäckli – bestehend aus einem «Anggeweggen» und 2 süssen Stückli – und erst noch für den Durst – der ja bei diesem Wetter zur Genüge vorhanden war – einen Becher herrliche, pasteurisierte ACV-Milch zu erhalten.

Es war eine liebe, grosse Genossenschaftsgemeinde, die sich jeden Tag im Zoologischen Garten zusammenfand, machten doch auch über 5000 Erwachsene von der Vergünstigung Gebrauch, als Begleiter den «Zolli» zum halben Eintrittspreis besuchen zu können.

Damit den 16000 kleinen Gästen ja nichts passieren konnte, stellten sich täglich 35 Helferinnen des Konsumgenossenschaftlichen Frauenvereins beider Basel in uneigennütziger Weise zur Beaufsichtigung und Bewirtung zur Verfügung. Manches Kind kennt nicht die Gefahr, die besteht, wenn es sein Fingerchen unbedingt dem Fischotter entgegenstrecken, oder wenn es unbedingt bei den Eisbären, die gut springen können, aufs Mäuerchen sitzen will. Leider haben wir in dieser Beziehung oft mehr Mühe mit den Erwachsenen als mit den Kindern selbst.

Und wenn es irgendwo ein kleines «Boboli» gab, stand unser Sanitätsdienst mit allem Nötigen bereit, damit Kinder und Erwachsene sich dort in Pflege begeben konnten. Auch hat sich ein Arzt in freundlicher Weise auf Pikett gestellt. Nur einmal wurde er benötigt. Es war zwar nicht schlimm, aber wir wollten dem kleinen Mann, der von einer Biene gestochen wurde, Linderung verschaffen.

So war für alles gesorgt, und Besucher wie Veranstalter waren vollauf befriedigt.

Die Basler Kinder als Gäste des ACV im Basler «Zolli» *ist eine Tradition geworden. Die Kinder rechnen darauf und wir gehen mit dieser Rechnung einig.* pa.

Der Mensch, das wichtigste Kapital

«Die Konsumgenossenschaften sind nicht bloss Geschäft, Warenverteilung und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, sie stellen vielmehr in allererster Linie eine Volksbewegung dar. Sie beruhen nicht auf Immobilien, Warenlagern und Maschinen, sondern auf lebenden Menschen. Diese lebenden Menschen stellen letzten Endes das wichtigste Kapital dar. Sie sind es, die die Bewegung ins Leben gerufen haben, sie sind es, auf der die Bewegung beruht, und sie sind es auch schliesslich, in deren Dienst die ganze Bewegung stehen soll. Deshalb ist auch die Kapitalfrage eine Frage der Einsicht und der Kenntnis der wirtschaftlichen Zusammenhänge bei diesen Mitgliedern.

Die Konsumgenossenschaften haben die Aufgabe, den Haushaltungen zu dienen und auf eine Erhöhung des Lebensstandardes hinzuarbeiten. Eine Erhöhung des Lebensstandardes bedeutet aber nicht nur, dass man von materieller Not erlöst wird, sondern auch, dass man sich zu geistiger und kultureller Freiheit erhebt. Deshalb ist auch die äusserlich betrachtet an sich krasse und materielle Frage der konsumgenossenschaftlichen Kapitalbildung im Grunde genommen eine Frage der ideellen Form der Konsumgenossenschaften.» *(Erik Vingard, KF)*

Barometer der Wirtschaft

Der wirtschaftliche Verlauf der letzten Zeit lässt sich keineswegs einheitlich beurteilen. Wohl ist der Höhepunkt der Konjunktur erreicht und in manchen Bereichen ist eine gewisse Rückbildung festzustellen; in anderen Zweigen der wirtschaftlichen Tätigkeit jedoch herrscht unverändert Schönwetter. So ist die Lage auf dem Arbeitsmarkt (Serien 33 und 34) im ganzen nach wie vor ausgezeichnet. Das Erträgnis der nicht mehr wegzudenkenden Warenumsatzsteuer im zweiten Quartal dieses Jahres (es entspricht einigermassen den im ersten Quartal getätigten Umsätzen) ist in Anbetracht des verkleinerten Sortiments, das der Wust unterliegt, für das Vierteljahr nach den Weihnachtseinkäufen durchaus günstig (Nr. 22). Das Ergebnis entspricht nun recht genau dem Betrag, der im Durchschnitt des Jahres 1950 erzielt worden ist.

Man dürfte kaum allzusehr fehlgehen, wenn man diese Entwicklung als typisch ansieht: nämlich im Sinne einer allmählichen Rückbildung auf das Niveau des Jahres 1950, vor dem Korea-Boom. Auch die Daten über den Aussenhandel weisen in diese Richtung. Die *Werte* von Import und Export (Nrn. 14 und 15) liegen im Juni nur noch leicht über dem Monatsmittel von 1950. Die exportierten *Mengen* und noch mehr das Quantum der Einfuhr (Nrn. 8–13) nähern sich jenem Stand an. Das gilt ebenfalls für die Gesamteinnahmen der Zollverwaltung (Nr. 16). Und hierbei sei daran erinnert, dass die schweizerischen Zölle sich nicht nach Preis und Wert, sondern nach dem Gewicht bemessen.

Der Preisspiegel in der schweizerischen Volkswirtschaft ist gegenwärtig einigermassen stabil. Die Konsumentenpreise (Nr. 1) haben leicht, und zwar um 0,3% zugenommen, während die Grosshandelspreise (Nr. 5) um 0,1% abgenommen haben. Dagegen sind die Preise, die im Durchschnitt für die gesamte Einfuhr ausgelegt worden sind, von 244 auf 238, also um 6 Punkte oder 2½%, zurückgegangen. Mit dieser Entwicklung verbindet man gern die Hoffnung auf baldige Rückwirkungen bei den Kleinhandelspreisen. An diesem Punkt sei auf unseren ergänzenden Kommentar zu den Zahlenreihen des vorliegenden Barometers der Wirtschaft hingewiesen, dessen erster Abschnitt in der vorigen Nummer des «Schweiz. Konsum-Vereins» erschienen ist.

Economist

Wirtschaftsstatistische Serien	Einheit oder Basis	Monatsdurchschnitt			Jan. 1952	Febr. 1952	März 1952	April 1952	Mai 1952	Juni 1952
		1949	1950	1951						
1. Lebenskostenindex	Aug. 1939 = 100	162	159	167	171	171	171	170	171	171
2. davon Ernährung	Aug. 1939 = 100	174	175[2]	181	183	182	182	182	183	184
3. V.S.K.: Detailpreisindex total	1.9.39 = 100	176	174	181	.	184	.	.	187	.
4. dito Nahrungsmittel	1.9.39 = 100	171	170	176	.	178	.	.	181	.
5. Grosshandelsindex	Aug. 1939 = 100	206	203	227	227	224	222	221	220	220
6. Index der Einfuhr*preise*	1938 = 100	226	204	246	249	252	251	250	244	238
7. Index der Ausfuhr*preise*	1938 = 100	246	236	259	262	265	266	258	261	260
8. Fabrikateeinfuhr, Mengenindex	1938 = 100	133	168	223	196	196	218	209	204	178
9. Rohstoffeinfuhr, Mengenindex	1938 = 100	104	135	163	172	154	145	136	158	144
10. Lebensmitteleinfuhr, Mengenindex	1938 = 100	118	136	125	120	111	106	115	105	101
11. Total Einfuhr, Mengenindex	1938 = 100	119	147	174	166	158	161	157	160	145
12. Fabrikate Ausfuhr, Mengenindex	1938 = 100	130	148	180	154	164	189	148	175	156
13. Total Ausfuhr, Mengenindex	1938 = 100	125	142	171	146	156	178	144	168	149
14. Einfuhr, total	Mill. Fr.	316	378	493	495	458	450	450	472	406
15. Ausfuhr, total	Mill. Fr.	288	326	391	345	383	413	353	406	350
16. Gesamteinnahmen Zollverwaltung	Mill. Fr.	41	49	51	43	42	46	57	54	50
17. Börsenumsätze (Zürich und Basel)	Mill. Fr.	417	534	572	872	730	630	816	704	633
18. Wertumsätze im Kleinhandel	1935 = 100	234	247	263	272	230	249	277	266	253
19. do. Nahrungs- und Genussmittel	1935 = 100	216	227	238	222	253	250	256	251	241
20. Schlachtungen in 43 Städten	1000 Tiere	50	57	57	62	56	62	60	57	60
21. do. Schlachtgewicht	Tonnen	5 150	5 804	5 922	5 930	5 108	5 615	5 777	5 545	5 847
22. Warenumsatzsteuer[1]	Mill. Fr.	109	104	107	.	.	122	.	.	104
23. Goldbestand	Mill. Fr.	6 046	6 179	6 001	5 946	5 894	5 920	5 836	5 822	5 815
24. Notenumlauf	Mill. Fr.	4 260	4 240	4 420	4 592	4 569	4 591	4 582	4 574	4 624
25. Täglich fällige Verbindlichkeiten	Mill. Fr.	1 817	2 119	1 858	1 718	1 704	1 692	1 679	1 649	1 609
26. Gesamtumsatz Postcheck	Mill. Fr.	7 952	8 279	9 244	11 148	8 912	9 072	9 221	9 631	8 919
27. davon Giroverkehr	Mill. Fr.	6 480	6 761	7 589	9 345	7 391	7 455	7 555	7 918	7 278
28. Verkehrseinnahmen der SBB	Mill. Fr.	49	49	55	51	49	53	54	56	57
29. davon Personenverkehr	Mill. Fr.	23	22	23	21	20	23	27	24	27
30. davon Güterverkehr	Mill. Fr.	25	27	32	30	29	30	27	32	30
31. Personenverkehr SBB (Beförderte)	1000 Personen	16 895	16 158	16 792	18 083	17 127	17 395	19 341	15 868	18 235
32. Güterverkehr SBB (Beförderte)	1000 Tonnen	1 337	1 503	1 797	1 605	1 439	1 577	1 575	1 718	1 678
33. Stellensuchende	Anzahl	9 172	10 709	4 500	16 662	13 439	4 588	2 884	2 266	1 989
34. Gänzlich Arbeitslose	Anzahl	8 059	9 599	3 799	15 643	12 536	3 828	2 271	1 711	1 417
35. Neuerstellte Wohnungen	Anzahl	825	1 111	1 300	1 038	649	1 641	1 654	813	1 096
36. Baubewilligte Wohnungen	Anzahl	1 281	1 493	1 327	1 170	1 381	1 219	1 300	1 439	960
37. Inlandverbrauch elektr. Strom	Mill. kWh	624	706	803	833	788	793	790	882	.
38. Konkurseröffnungen, total	Anzahl	77	77	63	62	55	87	43	54	46
39. Landw. Produkte, Preisindex	1948 = 100	97	95	96	97	96	96	96	97	98
40. Landw. Produktionsmittel, Preisindex	1948 = 100	99	96	102	106	106	106	105	105	105
41 Zigarettenproduktion	Millionen	515	564	584	611	516	531	612	673	695

[1] Quartalsdurchschnitt   [2] Schätzung

Aus der Tätigkeit der Propagandazentrale für Erzeugnisse der schweizerischen Landwirtschaft

Es gehört zu den guten Gepflogenheiten der grösseren Fachorganisationen, dass sie alljährlich einen Tätigkeitsbericht herausgeben und so gegenüber den eigenen Organen, den Mitgliedern und einer weiteren Öffentlichkeit Rechenschaft ablegen. Jahresberichte haben in der Regel nur einen Nachteil: sie sind, namentlich für den Aussenstehenden, langweilig zu lesen. Es ist naheliegend, dass diese, sich von Jahr zu Jahr wiederholende Zusammenfassung der durchgeführten Arbeiten nur allzu leicht zu einem Schema führt, von dem man nicht mehr loskommt.

Wie aus dem Geschäftsbericht für 1951 der Propagandazentrale für Erzeugnisse der schweizerischen Landwirtschaft hervorgeht, hat diese immer aktive Institution einen erfolgreichen Versuch gemacht, aus dieser Gewohnheit herauszukommen. Schon rein äusserlich weicht der Bericht von den bisherigen «Ausgaben» ab. Wer darin zu blättern beginnt, stösst unwillkürlich auf die gefälligen Illustrationen und Bildeinlagen, welche Ausschnitte aus den wichtigsten Werbekampagnen wiedergeben. Plakate für entsteinte Kirschen, für Walliser Erdbeeren, launige Inserate für Obstsäfte und das neue Su-sy-Getränk, fröhliche Kinder beim Degustieren von Süssmost, die erstprämiierten Schaufenster eines Wettbewerbes usw. – alle diese bildhaften Darstellungen vermitteln schon einen Eindruck von der umfangreichen und vielseitigen Arbeit der Propagandazentrale.

Aus dem Berichte geht hervor, dass die Massnahmen zugunsten des Absatzes der Erzeugnisse des einheimischen Rebbaues: Tafeltrauben, Wein, alkoholfreier Traubensaft, besonders zahlreich waren. Aber auch der Obstbau wurde nicht vernachlässigt. Es sei bloss erwähnt, dass auch eine systematische Propaganda für Obstsäfte, für Kirschen, vor allem für die entsteinten Kirschen, für Erdbeeren und Aprikosen durchgeführt worden ist, während zufolge der schlechten Kernobsternte für Frischobst nur zugunsten der Lagerware aus dem Vorjahre geworben werden musste. An nahezu 44 000 Schulkinder wurden Gratisproben von Süssmost abgegeben, und auch die anderen Werbemassnahmen für Gemüse, Kartoffeln, Schweizer Kirsch usw. waren sehr umfangreich.

Genossenschaft ALLWAR

Direktor Steinmann war damals eigentlich erstaunt, dass sich Ulrich Kern von sich aus bei ihm melden liess; er hatte erwartet, ihn rufen zu müssen. Dann sass er ihm zum ersten Mal am grossen Schreibtisch gegenüber, etwas benommen und verlegen zuerst – aber entschlossen, mit der Sprache herauszurücken.

Es war nicht bei dieser ersten Besprechung zwischen Direktor Steinmann und Ulrich Kern geblieben, obwohl der eine wie der andere danach das Gefühl hatte, es habe eigentlich dabei nicht viel herausgeschaut. Aber man hatte nun einmal damit angefangen und war entschlossen zu sehen, was etwa noch daraus werden mochte.

Jedenfalls – aber das gestanden sich beide vorerst nicht ohne weiteres ein – hatte jeder im andern einen Menschen kennen gelernt, der ein wenig anders war, als man ihn dem äussern Scheine nach beurteilt hatte, und dessen Anderssein als man selber zu sein glaubt, vermutlich seine besonderen Gründe und Ursachen hatte.

Wenn sie auch dann und wann einander mit roten Köpfen gegenübersassen – wenn Ulrich Kerns grobklotziges Temperament durchging, legte auch Direktor Steinmann seine Worte nicht immer auf die Goldwaage – begann doch nach und nach beiden diese Aussprache eine geradezu «liebe Gewohnheit» zu werden.

Und wenn auch aus den Besprechungen noch kein von Grund auf reorganisierter Musterbetrieb entstanden war, so war doch zweierlei erreicht:

Direktor Steinmann hatte herausgefunden, dass die Verdriesslichkeit nicht nur bei Ulrich Kern, sondern auch bei andern und vielleicht bei allen seinen Leuten manchmal aus innerer Unzufriedenheit mit sich selbst, häufiger aber daher kam, dass dieses oder jenes tatsächlich ebensogut anders und für den Betroffenen angenehmer eingerichtet werden könnte oder dass der Betroffene sich nicht klar darüber war, warum es gerade so und nicht anders sein musste.

Ulrich Kern hat entdeckt, dass ein Direktor seine Anordnungen nicht nur gerade «den andern z'leid» trifft und um ihnen «den Meister zu zeigen», sondern dass andere Überlegungen – und hie und da auch ein durchaus nicht böswilliges Ausbleiben bestimmter Überlegungen – ihn dazu geführt haben.

«Was dem Kern recht ist, soll mir billig sein», mögen andere aus dem Betrieb sich gesagt haben; vielleicht befürchtete auch der eine oder andere – es soll ja solche Leute geben –, jener mache sich wenn möglich auf seine Kosten lieb Kind beim Direktor – jedenfalls begannen sich auch andere bei Emil Steinmann mit allerhand Anliegen und Vorschlägen zur Audienz zu melden. Das war diesem zwar eben recht, denn er lernte dabei seine Leute richtig kennen – anders die fleissige Susi Schmid im Vorzimmer, die sich von den verschiedenen «Stürminen» nicht gern in ihrer Arbeit stören liess –, aber eines Tages kam ihm dabei der Gedanke, eigentlich sollte nicht nur er seine Mitarbeiter, sondern diese auch sich selber gegenseitig als «Zusammenarbeiter» besser kennen lernen.

Er fordert darum eines Tages die in ihrer charakterlichen Gegensätzlichkeit gut zusammenpassenden Ulrich Kern und Max Sommer, den Magaziner, auf, mit ihren Arbeitskollegen zusammen eine Betriebsgruppe zu bilden, die aus ihrer gemeinsamen praktischen Erfahrung heraus der Direktion ihre Fragen und Vorschläge unterbreitet. Sie vereinbarten, dass diese Gruppe vorläufig jeden Monat zweimal mit Direktor Steinmann und Hans Leuenberger, dem Prokuristen, zu einer offenen Aussprache zusammenkommen sollte.

DER VERWALTER HAT DAS WORT

Wie schütze ich mich vor zu grossen Lagern beim Provisionssystem in den Aussenfilialen?

Folgende Tatsache dürfte vielleicht eine nützliche Anregung für Verwalter und Buchhalter werden.

Es ist eine alte Erfahrung, dass mit dem erhöhten Lagerumschlag auch die Rendite sich verbessert und die Lager eher sauber werden. Wir haben nun seit mehreren Jahren in unsern Filialen Beobachtungen über die Umsatz- und Lagerentwicklung angestellt.

Auf Grund von Berechnungen haben wir nun seit einem Jahr in jenen Filialen, wo wir nicht regelmässig hinkommen, Versuche gemacht, wie die Umsätze gesteigert und die Lager reduziert werden können.

Dabei haben wir einen neuen Weg eingeschlagen, indem wir vertraglich die Depothalterinnen am Lagerumschlag interessierten, und zwar mit Prämien.

Die Erfolge sind schon im ersten Jahr als sehr gut zu bezeichnen.

1. Beispiel:

Jahr	Umsatz Fr.	Mittl. Lager Fr.	Umschlag
1948/49	92 000	18 000	5,1 mal
1949/50	92 200	14 564	6,33 mal
1950/51	101 036	15 740	6,41 mal (Personalwechsel)
1951/52	130 000	12 360	10,51 mal (erstmals mit Prämie)

2. Beispiel:

Jahr	Umsatz Fr.	Mittl. Lager Fr.	Umschlag
1948/49	106 500	13 000	8,2 mal
1949/50	108 300	10 996	9,84 mal
1950/51	113 900	10 583	10,76 mal
1951/52	125 000	7 903	18,51 mal (erstmals mit Prämie)

Am besten ist es, wenn «Umschlagsklauseln» in die Verträge genommen werden, entweder in Form einer Tabelle, die zweckmässig abgestuft ist, oder dann, dass von einem gewissen Umschlag an für jeden weitern Umschlag eine Prämie festgelegt wird, die wirklich interessant ist.

Bei uns laufen beide Systeme nebeneinander, werden aber mit der Zeit auf den gleichen Nenner gebracht.

Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass automatisch die Ladenhüter verschwinden, denn es besteht dann wirklich soviel Interesse, dass alles, was das Lager unnütz belastet, fort muss.

Nicht zuletzt kann mit kleinen Lagern auch eventuell mit weniger Personal gearbeitet werden, da alles übersichtlicher ist und die Lager leicht überwacht werden können.

Die Dispositionen im Hauptmagazin sind ebenfalls leichter, wobei jedoch streng darauf geachtet werden muss, dass die betreffenden Filialen nicht immer Zwischenbestellungen machen.

Wir wollten dieses Problem doch einmal wachrufen von der praktischen Seite her, weil die Verkaufsmarge, gemessen an den wachsenden Unkosten, immer kleiner wird. *sw*

Genossenschaftliche Früchtevermittlung

Über dieses Thema ist schon viel geschrieben und geredet worden und doch scheint es mir nicht unnütz, heute einige Worte darüber zu verlieren.

Die Umsatzzahlen, die wir vom V.S.K. ab und zu über die Vermittlung von frischen Früchten und Gemüsen zu sehen bekommen, sind imposant und zeugen von einem erfreulichen Aufschwung. Dies ist nicht zuletzt deshalb der Fall, weil sich die Erkenntnis des gesundheitlichen Wertes von frischen Früchten und Gemüsen in weitesten Kreisen der Bevölkerung durchzusetzen beginnt. Aufgabe der Konsumgenossenschaften ist es deshalb, ihren Mitgliedern diese Produkte zu möglichst vorteilhaften Preisen und in guter Qualität zu vermitteln. Es wurden bisher sicher grosse Anstrengungen in dieser Hinsicht unternommen. Können wir aber mit dem bisher Erreichten zufrieden sein? Am besten können wir das vielleicht beurteilen, wenn wir einen Blick über die Grenze tun. Einiges, was bei uns vollkommen erscheint, worauf wir stolz sind und womit wir glauben, anderen etwas vormachen zu können, erscheint uns dann in einem anderen Licht.

Wenn wir den Engländern in bezug auf Ladengestaltung im allgemeinen voraus sind, so stellen sie uns im Früchtehandel glatt in den Schatten. Es ist verblüffend, mit welcher Sorgfalt diese Produkte in England gepflegt werden und welch grosser Wert auf eine saubere, einladende Präsentation gelegt wird. Es ist wirklich eine Freude, vor einem dieser farbenprächtigen Schaufenster zu stehen. Dies trifft nun nicht etwa nur auf die grossen Städte zu, sondern auch auf kleine Städte und Dörfer Mittelenglands und Schottlands. Es ist mir kein Strassenhändler begegnet, der nicht über seinen Schiebkarren eine grüne Matte gehängt und seine Früchte und Gemüse fein säuberlich, übersichtlich und mit Preisanschrift darauf aufgeschichtet hätte. Vom kleinen Konsumladen oder Privatgeschäft auf dem Lande bis zu den grossen Läden in den Einkaufszentren der Städte wird dem Landesproduktenhandel grösste Aufmerksamkeit gewidmet. Auch die Auswahl ist verblüffend gross. Mitte Mai konnten überall südafrikanische Trauben, Ananas, Jaffa-Orangen in Massen, Kirschen, Tomaten, Äpfel aus Neuseeland usw. gekauft werden und auch da wiederum nicht nur in den Städten, sondern auch auf dem Lande. Für die Konsumgenossenschaften ist die Gewährung von Rückvergütung auch auf Früchten und Gemüsen selbstverständlich.

Wenn wir die oft dürftigen und behelfsmässigen Auslagen hierzulande betrachten, dann müssen wir uns sagen, dass hier noch viel zu tun ist. Vor allem muss bei der Verwaltung die Einsicht über die Wichtigkeit des Früchte- und Gemüsehandels für die Entwicklung des gesamten Umsatzes vorhanden sein. Ist dies der Fall, dann muss diese Einsicht auch auf das Verkaufspersonal übertragen werden. Früchte und Gemüse sind – richtig gepflegt und präsentiert – ein Schmuckstück in jedem Konsumladen. Der Absatz wird gut sein und der Verderb in einem angemessenen Rahmen bleiben. Vernachlässigtes, angefaultes, verwelktes Ge-

Co-op Fussballturnier

Das 3. Schweizerische Konsum-Fussballturnier vom 10. August in Zürich steht vor der Türe. Der Sportklub des Lebensmittelvereins Zürich als Organisator hat alle Vorbereitungen getroffen und lässt bekanntgeben, dass folgende 5 Mannschaften aus Konsumpersonal daran teilnehmen:

V.S.K. Basel
Schuh-Coop Basel
ACV Basel
FC Coop Winterthur
LVZ Zürich

Jede Mannschaft spielt je einmal gegen alle andern. Nachträglich ist von der Zürcher Stadtverwaltung nun doch das

Stadion «Förrlibuck»

zur Verfügung gestellt worden. Das erste Spiel, zwischen Zürich und Winterthur, beginnt um 8.30 Uhr. Die offizielle Mittagspause wird gemeinsam im nahen Restaurant «Werdplatz» verbracht, wo ab ungefähr 18 Uhr auch die Preisverteilung stattfindet. Hernach findet ein geselliger und kameradschaftlicher Hock aller Beteiligten statt mit Vorbesprechung über die nächstjährige Abhaltung des schon traditionellen Sportfestes. Natürlich wird auch der «Hofphotograph» anwesend sein und die Mannschaften bei ihrer «Arbeit» im Bilde festhalten.

Wir wünschen allseits guten Erfolg im fairen Wettkampf. *Coopticus*

müse und Obst wirken abstossend, stellen dem ganzen Laden ein schlechtes Zeugnis aus.

Mit verhältnismässig bescheidenen Mitteln lässt sich ein Verkaufsständer mit Schalen anschaffen, auf dem die Landesprodukte entweder in den Schalen oder im Originalplateau sauber präsentiert werden können.

Auch die Frage der Gewährung der Rückvergütung auf Obst und Gemüse ist sicher wert, ernstlich geprüft zu werden. Wir führten diese Neuerung zusammen mit der Anschaffung von Verkaufsständern in den Läden ein. In den letzten Monaten hatten wir Umsatzzunahmen von 50 bis 80% auf Früchten und Gemüsen zu verzeichnen. Auch bei uns kann vor allem durch eine vermehrte Aufmerksamkeit bei der Pflege und Präsentation viel geleistet werden. Wir dürfen in unsern Anstrengungen nicht erlahmen und immer wieder unser besonderes Augenmerk auf die Vermittlung von Früchten und Gemüsen richten. Mag der Anteil am Gesamtumsatz bescheiden und der Ertrag noch bescheidener sein, so müssen wir doch darnach trachten, den im Landesproduktenhandel oft harten Konkurrenzkampf ehrenvoll zu bestehen und ihn wenn möglich zu unseren Gunsten zu entscheiden. *s.*

Druckerei und Administration: Basel, St.-Jakobs-Strasse 175, Postfach Basel 2

Inseratenannahme:

Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18
Telephon (022) 5 10 54
Reklamen Fr. 1.50 per Millimeter bei 83 mm Breite
Kleine Anzeigen 15 Rp. per Wort, Inserate unter Chiffre Fr. 1.— Zuschlag

Insertionstarif:

Annoncen 60 Rp. per Millimeter bei 40 mm Breite

Bibliographie

«Büro und Verkauf», Schweizerische Monatsschrift für kaufmännische Organisation und Verkaufspraxis, Zürich 1. Das Pro und Kontra der Reklame steht immer wieder zur Diskussion. Es ist daher aufschlussreich, ein grundlegendes Werk eines amerikanischen Fachmannes kennenzulernen, der diese Frage auf Grund umfassender Erhebungen zu beantworten versucht. Die Julinummer enthält hierüber einen ausführlichen Bericht. Weitere Beiträge betreffen die Standardkostenrechnung, die Marktforschung und Institutionen des Buchprüfungswesens in Deutschland.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Wir suchen auf 1. September 1952 oder nach Übereinkunft tüchtige **erste Verkäuferin** für einen Gemischtwarenladen. Umsatz 270 000 Fr. Kenntnis der Lebensmittel-, Manufakturwaren-, Haushaltartikel- und Schuhwarenbranche erforderlich. Freier Mittwochnachmittag. Offerten mit Photo, Referenzen und Gehaltsansprüchen sind an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Münchenbuchsee (Bern) zu richten. 30/31

Gesucht auf 1. Oktober 1952 tüchtige, selbständige **Verkäuferin** in unser Hauptgeschäft. Umsatz 170 000 Franken. Kenntnisse in der Textilbranche erwünscht. Offerten mit Zeugniskopien, Photos und Gehaltsansprüchen sind zu richten an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Bremgarten bei Bern.

Grössere Konsumgenossenschaft sucht auf Herbst 1952 **Chefbuchhalter** für die Leitung der kaufmännischen Abteilung. Anmeldungen mit Bild unter Angabe der Lohnforderungen sind zu richten unter Chiffre 1.10/67 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Wir suchen auf 1. Oktober 1952 tüchtige **1. Verkäuferin** für unsern Verkaufsladen, Umsatz 500 000 Fr. Erfordernisse: Kenntnis der allgemeinen Waren, Haushaltungsartikel, Manufaktur- und Schuhwaren. Gute Umgangsformen, einwandfreie Gesundheit. Offerten mit Zeugnissen, Photo und Referenzen sind mit Angabe der Lohnansprüche an die Verwaltung des Konsumvereins Rupperswil zu richten.

Wir suchen für unseren Hauptladen in Turgi und für Ablösung eine junge, tüchtige **Verkäuferin**, die sich über erfolgreiche Tätigkeit in einem Gemischtwarenbetrieb ausweisen kann. Geregelte Arbeitszeit und pro Woche einen Freihalbtag. Offerten nebst Zeugniskopien, Lohnansprüchen, Eintrittsdatum und Photo erbeten an die Verwaltung des Konsumvereins Turgi und Umgebung, Turgi (Aargau).

Angebot

Junger **kaufmännischer Angestellter** mit Praxis in einer grösseren Konsumgenossenschaft sucht sich eine neue Existenz. Versiert in Wareneinkauf, Warenvermittlung, Kalkulation und allgemeinen Büroarbeiten. Offerten unter Chiffre 1.11/60 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

INHALT: Seite